

### 平成27年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	これからの文化施設を考える事業 「市民館これまでの10年、これからの10年を語ろう！」
事業主体 (連絡先)	特定非営利活動法人サポートC 茅野市塚原一丁目1-1
事業区分	(3)教育、文化・スポーツの振興に関する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	825,083円 (うち支援金: 515,000円)

#### 事業内容

1. 茅野市民館開館10年を市民に周知する事業  
市民館が開館して10年になろうとしているが、依然、文化事業に関心のない市民には縁遠い場所であり、市民館に足を運んだことのない市民も多い。10周年なることを市民から発信することで、地域の皆さんに改めて市民館について知ってもらい来館を促す。

(1) ポスター「市民館10歳おめでとう！」の作成・掲示  
市民館10周年を告知し祝すポスターを作成し市内公共施設、市内中学校、店舗、個人宅等に掲示。地区子ども館、中学校等に掲示したポスターは回収し、記入されたメッセージを集約し、行政・茅野市民館指定管理者に報告。

作成枚数：200枚

掲示期間：平成27年

掲示場所：市内各地区コミュニティセンター、地区子ども館、中学校各学級、公共日帰り温泉施設、ベルビア等商業施設・店舗、個人教室、個人宅等

(2) 缶バッジ「市民館10歳おめでとう！」の作成・配布  
茅野市民館の施設をデザインした缶バッジ・公募したデザインの缶バッジ合計2,000個を作成・市民館10周年を告知するメッセージを添え、一般市民に配布。

配布個数：2,000個

デザイン応募状況：応募者(1歳~70代)42名、作品数47点。

配布先：「笑顔の写真」撮影協力者、茅野どんぼん等催事参加者に配布、および市内公共日帰り温泉施設で配布。

配布時期：平成27年8月~11月

(3) 笑顔の写真展「市民館10歳おめでとう！」の開催  
一般市民の笑顔の写真を市民館内に展示。あわせて市民館来館者が自由にお祝いメッセージを記入できるコーナーを設置。

会期：27年10月4日(日)~11月3日(火・祝)

展示状況：笑顔の写真444枚、メッセージ420枚



【ポスター】



【缶バッジ公募デザイン】



【笑顔の写真展】

2. 市民主体でこれからの文化のまちづくりを考える事業  
(1)かたり場「文化施設のあるまち、これからの10年を夢見よう」の開催

市民館でこれまでどんなことが行われ、市民はどのように感じてきたのか、周囲の市民はどのような反応をしていたかなど、開館からの10年を振り返った。さらに、茅野市民館開館10周年事業を終えた感想や、10年を振り返る中で見えてきた課題を整理し、これから市民がどのように文化施設にかかわっていくのか、そのためにサポートCは何をしていくのか、意見交換を行った。

実施日：

平成27年8月6日(木)、8月10日(月)、8月24日(月)、  
12月20日(日)平成28年1月17日(日)、2月6日(土)

会 場：茅野市民館アトリエ

参加数：①18名、②7名、③15名、④21名、⑤12名、  
⑥12名、のべ85名

コーディネーター：伊藤正示、小池浩子、渡辺啓嗣、小  
林弘幸(株式会社シアターワークショップ)

(2)文化サロンの開催

主に鑑賞者として市民館を利用する市民の率直な声を  
ひろい意見交換する交流の場として、食事つきコンサ  
ートを開催した。

実施日及び内容：

①平成27年10月26日(月)「ピアノライブ」

②平成27年12月25日(金)「チェロとピアノで贈る映  
画音楽の夕べ」

会 場：茅野市民館アトリエ

参加数：①46名 ②55名

(3)リーフレット「市民館これまでの10年、これからの  
10年を語ろう！」の作成・配布

これまで10年の市民館と市民のかかわりおよび本事業  
の中で出された意見を整理し、広く市民に伝えるリーフ  
レットを作製。市民館に足を運ぶ機会の少ない市民にも  
手にとってもらえるよう、市内公共施設に設置した。

発行日および部数：

「これまでの10年編」平成27年12月20日 A3・300枚

「これからの10年編」平成28年3月10日 A3・200枚

「総合版」平成28年3月30日 A2・5,000枚

配布先：市内各地区コミュニティセンター、公共文化施  
設、公共日帰り温泉施設等に設置、小中学校<教職員>、  
行政・茅野市民館関係者に発送



【かたり場】



【第1回文化サロン】



【第2回文化サロン】



【第2回文化サロン】

**事業効果**  
**事業効果**

※地域活性化のための目標・ねらいに対してどのような効果があったか、項目毎

1-(1)ポスター 掲示枚数 160 枚

日常、茅野市民館に足を運ぶことのない方に、市民館が開館して 10 年たったことをアピールできた。とくに、茅野市内全中学校(4 校)および茅野市内地区こども館に掲示とメッセージ記入に協力してもらえたことは、子どもたちや保護者の方の目に触れ効果的だった。

1-(2)缶バッジ 配布個数 2,000 個

日常、茅野市民館に足を運ぶことのない方に、市民館が開館して 10 年たったことをアピールできた。デザイン公募には 1 歳～70 代から応募があり、中でも中高生の応募が 8 割近くを占めた。缶バッジの作成にはのべ 40 名のサポーターが参加した。また、配布も催事参加の子どもから日帰り温泉施設利用の高齢者まで幅広い世代に向けてすることができた。

1-(3)笑顔の写真展 写真展示枚数 444 枚、メッセージ記入者 420 名

茅野どんぼん、健康のつどいなど、芸術文化とは異なる性質の催事中に写真撮影を行うことで、幅広い層に被写体というカタチで本事業にかかわってもらうことができた。会員が身近な人の写真を撮影する場合も、“市民館に来たことがない人”を意識して撮影してもらい、市民館に縁遠い人が来館するきっかけとすることができた。通路であるスロープに展示したことで、足を止めて知り合いをさがす人、知り合いの写真があるらしいからとわざわざ来館してくれる人などもいた。また、メッセージを記入して展示にはりつけるという気軽に参加できる方法を提供したことで、多くの人の興味をひき、開館 10 年をアピールすることができた。

2-(1)かたり場

参加者のべ 85 名 うち市民館へのかかわりがおおむね 5 年未満のもの〇名

開催日の設定が難しく、参加人数は多くはなく、参加者の年代も中高年に偏っていた。その分、率直な意見交換が出来、課題も明らかにすることができた。実施報告書を行政、指定管理者とも共有し、今後、三者での市民協働のあり方の検討の題材とすることができた。

⑤市民館主催の鑑賞事業が開館当初より減少している中、鑑賞事業に興味がある人たちの参加を得ることができた。アンケートにグループで答えてもらう、掲示を見ながら感想を書きこんでもらうなど、参加者同士の交流にもつながり、要望を聞くこともできた。

⑥本事業のまとめを手にとりやすいリーフレットにすることができ、広く市民に配布することができた。かたり場の中でも、開館から 10 年がたったことで、そもそもの市民と市民館のかかわりを知らない、現状の市民のかかわりも発信できていないことが課題としてあがり、広く情報を発信する一歩となった。

**【目標・ねらい】**

- ① 一般市民への「市民館 10 周年」の周知
- ② 開館前とは異なる市民層の意識の向上と、文化のまちづくりを主体的に考える市民の増加

**※自己評価 【 C 】**

**【理由】**

一般市民への「市民館 10 周年」を周知し、開館前とは異なる市民と文化施設のあり方について話し合うことはできた。しかし、文化のまちづくりについて主体的に考える市民の増加には、単年度の取り組み効果を出すことは難しく、今後も継続した取り組みが必要と感じたため。

### 今後の取り組み

※今後、事業効果をどうつなげていくか記載すること。

文化施設の在り方を自分事として主体的に考える市民の増加を目指し、わかりやすい情報の発信に努めていきたい。本事業を通し明らかになった課題を、行政、茅野市民館指定管理者とも話し合い、今後の展望、取り組み、役割分担などを共有していきたい。

※ 自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと。

「A」：予定を上回る効果が得られた 「B」：予定していた効果が得られた

「C」：一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある